SÉCURITÉ SOCIALE l'Assurance Retraite Caisse Nationale	**Accompagnement de la mise en œuvre de la réforme des retraites**

L'accompagnement de la mise en œuvre de la réforme des retraites est vue sous deux angles :

1. la communication
2. l'accompagnement formation

I. Plan de communication

Trois axes de communication ont été retenus :

1. L'information des assurés
   - les supports traditionnels de communication,
   - les relations presse.

2. L'information du grand public,
   - destinée à renforcer le positionnement et la visibilité de l'Assurance retraite plus qu'à communiquer sur la réforme en tant que telle.

3. L'information des salariés de la branche Retraite
   - notamment l'information « en temps réel » à destination des salariés en contact avec le public.

Le plan de communication est issu d'un travail mené par la direction de la Communication en collaboration avec les Carsat.
Il s'inscrit dans le cadre du Schéma directeur de Communication de l'Assurance retraite présenté au Conseil d'administration de la Cnav du 6 avril 2011.

1. L'information des assurés

1. L'adaptation des supports de communication traditionnels Internet, édition, 3960

1.1 Internet

Le premier vecteur de communication mobilisé a été Internet

- Une brève sur le projet de loi publiée le 18 juin 2010 (et un lien sur le site gouvernemental retraites2010.fr).
- La création le 30 juillet d'une rubrique « Réforme des retraites » au sein du portail assurés :
    - Mise en ligne de fiches thématiques.
    - Ajout de questions-réponses au sein d'une rubrique « réforme » sur la base questions-réponses.
- Utilisation d'un visuel et d'une accroche sur la réforme sur la page de redirection (lassuranceretraite.fr) à la date du 10 décembre 2010.
- La mise en ligne (à la fois sur la page de redirection et au sein de la rubrique elle-même) du contenu du dossier de presse sur la réforme, rebaptisé « dossier spécial Réforme » le 13 décembre 2010.
- A l'occasion du lancement du nouveau portail www.lassuranceretraite.fr, mise en ligne en février 2011 d'une rubrique dédiée à la réforme des retraites, en premier niveau d'arborescence, avec un code couleur visant à interpeller l'internaute.
  La rubrique constitue une déclinaison web de la brochure dédiée à la réforme et vise à mettre en évidence les changements législatifs. Hors événement spécifique (type campagne de communication nationale), le bandeau/visuel principal de la page d'accueil générale fait la promotion de cette rubrique réforme.
- Mise en ligne d'un outil (février 2011) permettant de déterminer le mois de départ possible pour un salarié.
- Au sein des articles « droits retraite », création de nouveaux textes ou mises à jour des textes existants au fur et à mesure de la parution des décrets/circulaires. Sur les points qui peuvent encore évoluer, une alerte visuelle est insérée afin que l'internaute ait conscience des changements possibles.
- Mise à jour progressive des questions les plus fréquentes consacrées la réforme.
- Au sein du groupe communication du GIP Info Retraite, contribution à la mise en place des évolutions du droit à l'information retraite issues de la réforme : mise à jour de la brochure « Ma retraite mode d'emploi » et des contenus du site www.info-retraite.fr ; dispositif d'information générale aux nouveaux assurés (courrier, dépliant...) ; point d'étape retraite à partir de 45 ans (choix du nom, dépliant...).

Les prochaines actions

- Compléter les articles sur les droits retraite les plus importants (A quel âge puis-je partir ? Quel montant toucherai-je ? Quelles démarches effectuer ?) par des animations à vocation pédagogique.
- Poursuivre la mise à jour des contenus et la création de nouveaux articles en cohérence avec les prochaines évolutions législatives, et pour répondre aux questions les plus fréquentes des assurés suite à la réforme.

1.2 L'édition de brochures

Une brochure sur les points clés de la réforme a été transmise au réseau des Carsat le 17 décembre 2010. L'ensemble des supports existants a été actualisé au fur et mesure de la publication des décrets. Afin de mettre en valeur les nouveautés et les évolutions liées à la réforme, celles-ci sont graphiquement signalées à l'aide d'un tampon « réforme 2010 ». En plus de la brochure dédiée à la réforme, deux brochures ont été créées : une sur la retraite pour pénibilité, l'autre sur la retraite anticipée longue carrière.

Par ailleurs, le numéro de janvier-février de la *Lettre d'information des Français à l'étranger* a été consacré aux principales nouveautés de la réforme.

1.3. Le 39 60

Début 2011, un dispositif spécifique a été mis en place sur le 3960. le premier choix proposé à la personne composant notre numéro unique est la mise en relation avec un interlocuteur en cas de question concernant la réforme.

2. L'information des assurés par les médias

Un plan média spécial réforme a été construit. Il a été initié dès le 24 novembre par l'organisation d'une matinée pédagogique et d'un point presse.

La matinée pédagogique a réuni près d'une trentaine de journalistes et avait pour objectif de présenter dans le détail les grandes mesures de la réforme. Le point presse a fait l'objet d'un dossier de presse, centré sur les offres de services de l'Assurance retraite qui a été diffusé aux directeurs et mis en ligne sur le site internet.

Un tchat avec le journal « les Echos » s'est également tenu fin 2010. L'opération s'est renouvelée le 8 avril dernier sur le site du journal avec à nouveau beaucoup de questions de la part des assurés auxquelles l'Assurance retraite a répondu en ligne. Au-delà du tchat, les assurés étaient invités à prendre contact avec les conseillers au 39 60 et à consulter le site internet.

Enfin, en complément de ces actions, un partenariat a été mis en place avec RTL. Il a permis d'organiser deux opérations grand public, le 11 février, le 4 avril. Une nouvelle date est programmée le 27 juin. Ces journées ont été l'occasion d'accompagner les assurés. Au fil des émissions, l'Assurance retraite a pris la parole pour expliquer son rôle et ses services, les principes de la retraite, la nouvelle réglementation, les moyens dont dispose l'assuré pour s'informer sur ses droits, etc. Hors antenne, une équipe de techniciens a répondu aux auditeurs du standard de RTL tout au long de la journée. De plus, un dossier comprenant des fiches techniques et une présentation des services a été mis à la disposition des visiteurs du site internet de RTL.

2. L'information du grand public

Les campagnes de communication nationale

La réforme des retraites a généré un impact négatif sur la perception par le grand public de l'Assurance retraite sans que celle-ci n'en soit responsable. Dans le même temps, elle offre un motif d'exposition qui peut être utilisé pour renforcer l'image de service public de qualité auprès du grand public et développer la notoriété de la marque.
Les objectifs des campagnes de communication grand public ne sont donc pas de parler de la réforme des retraites en tant que telle, la campagne d'information prévue par le gouvernement couvrant ce besoin, mais de communiquer sur la nécessité de sauvegarder la retraite par répartition et de valoriser la qualité des services offerts par l'Assurance retraite.
Conformément au cadrage fixé par la commission communication du Conseil d'administration en décembre 2009, il a été décidé de mener une campagne de communication en deux temps.

- **Avril 2010, dès la fin de la campagne gouvernementale, une première campagne**

L'objectif était de rappeler l'importance du principe de solidarité et la nécessité de faire face pour préserver le système de retraite par répartition. La campagne s'adressait à l'ensemble des actifs : *« nous sommes tous concernés par l'avenir des retraites ».* Il s'agissait d'insister sur le fait que chaque Français, quel que soit son âge et sa situation, a conscience de la nécessité de faire évoluer le système de retraite.

Des insertions presse, des spots radio et des bannières internet mettaient en scène trois personnages qui, comme l'ensemble des Français, vaquent à leurs occupations quotidiennes, mais cela ne les empêche pas de penser à l'avenir des retraites.

Le post-test de cette campagne a permis de montrer :

- un niveau de reconnaissance satisfaisant
- des taux d'agrément relativement élevés
- un message plutôt bien compris même si certaines idées ont du mal à être intégrées
- une création appréciée

- **Mai et juin 2011, après la parution des principaux décrets d'application, une seconde campagne**

L'objectif de cette campagne est, cette fois , de développer la notoriété de l'Assurance retraite, la faire connaître et valoriser la qualité de ses services, notamment le numéro unique : le 3960 et le portail de branche: lassuranceretraite.fr.
Le désarroi des Français face à une surabondance d'informations va permettre de positionner L'Assurance retraite comme LA seule source d'information fiable et juste.

Des spots TV, des insertions presse et des bannières internet, montrent au travers de petites comédies, illustrations drôles et décalées, l'égarement dans lequel les Français se trouvent sur le sujet de la retraite. Les assurés sont invités à poser leur questions « au bon endroit ».

Enfin, pour permettre une meilleure identification, la campagne est signée « l'Assurance retraite, votre retraite de la sécurité sociale ».

3. L'information des salariés de la branche Retraite

1. L'information aux salariés de la branche Retraite en contact avec le public

Le dispositif d'information transitoire, sous forme de questions/réponses, mis en place à l'occasion de l'officialisation de l'avant projet a été utile dans les organismes en particulier pour les salariés sollicités par des assurés.

La communication vis à vis des salariés consiste à mettre à disposition :

- Au sein des outils de gestion de la relation client, des fiches réforme.
  Ces fiches ont été diffusées aux directeurs des Carsat puis aux correspondants « mise en œuvre ». Ces fiches s'adressaient notamment

aux salariés assurant la réponse téléphonique qui sont questionnés sur la réforme. Depuis juillet 2010, date de diffusion de la 1re fiche, 12 fiches ont été conçues et mises à disposition.

- Au sein de Boréale, la base documentaire de référence, pour tous les agents d'accueil des fiches Réforme « légis en un clic » (fiches reprises sur le site assurés). Depuis octobre 2010, une vingtaine de fiches ont été diffusées.

Par ailleurs, avant l'adoption de la loi, des informations ont été diffusés régulièrement aux Carsat pour présenter le calendrier, le projet de texte et ses évolutions. Depuis la publication de la loi, il s'agit désormais d'informer sur les articles et décrets ou de diffuser des consignes de mise en œuvre.

2. Convention Réforme

Le 20 juin prochain, la Cnav organise pour son réseau, une journée sur la thématique de la réforme des retraites.
Cette convention sur la réforme a pour but de mobiliser les équipes à la veille de l'entrée en vigueur de la loi. Elle a pour objectif également de :

- porter un discours mobilisateur et valoriser les actions menées pour accompagner la réforme,
- rassurer les managers en leur donnant une vision précise des modalités de mise en œuvre.

Cette journée rassemblera plus de 800 personnes : équipes de direction, managers retraite et représentants des fonctions supports.

Les interventions permettront de rappeler les enjeux pour la branche Retraite : faire la preuve de sa réactivité et de sa capacité à mettre en oeuvre la réforme dans les meilleurs conditions possibles pour les assurés et pour les personnels.

II. Accompagnement Formation

Les nouvelles mesures issues de la loi portant sur la réforme des retraites (recul de l'âge, relèvement de l'âge du taux plein, pénibilité, handicap…) nécessitent la création d'un nouveau dispositif de formation, Patch Réforme.

1. Objectifs de la formation

La formation Patch Réforme répond à 2 objectifs :

- sensibilisation de l'ensemble du personnel du processus retraite à la réforme
- approfondissement réglementaire pour une partie d'entre eux.

2. Salariés concernés

Le dispositif a été élaboré pour l'ensemble du personnel du processus retraite :

- les techniciens conseil retraite,
- les téléconseillers,
- les référents techniques et managers,
- les contrôleurs et les agents des services clientèles, réglementation et contentieux.

soit environ 6000 à 7000 apprenants.

3. Modalités pédagogiques

Dans un contexte de déploiement rapide avec un nombre important de personnes à former, le choix a été fait de mixer deux modalités de formation : e-learning et modules en présentiel.

- Le e-learning sera employé pour sensibiliser aux enjeux de la réforme, présenter sa philosophie générale (emploi des seniors, allongement durée de la vie...), rappeler le rôle de représentation de l'Assurance retraite attendu des salariés en contact avec le public et présenter le contenu de la réforme.
- Les modules en présentiel viseront à approfondir les diverses mesures de la réforme.

Ces modules seront intégrés à terme dans D'fi retraite.

4. Architecture de la formation

Dans sa globalité, le dispositif de formation comprend cinq modules de formation :

- un module de sensibilisation, à destination de tout le personnel du processus retraite, composé d'une réunion en présentiel et d'une réunion de débriefing, à animer par les managers, ainsi que d'un module e-learning. Ce module doit permettre aux apprenants de connaître les différentes évolutions de la législation, d'avoir une bonne compréhension de cette réforme pour, le cas échéant, être en capacité de renseigner les assurés.

Le rôle des managers est à souligner, leur implication active souhaitée dans le dispositif devant permettre un accompagnement des équipes tout au long de la mise en place des nouvelles mesures.

La complémentarité entre les acteurs intervenants auprès des gestionnaires retraite - les formateurs et les managers - a été recherchée.

- quatre modules de spécialisation qui pourront être suivis en e-learning et/ou animés par un formateur ou formateur occasionnel afin que les bénéficiaires aient connaissance des évolutions législatives et des impacts des mesures principales suivantes :
    - Retraite Pénibilité,
    - Retraites Anticipées carrières longues et handicap,
    - Recul de l'âge
    - Rachat

5. Durée de la formation

Pour tout le personnel du processus retraite, le suivi du dispositif de formation complet nécessite 1 journée de formation pour le module de sensibilisation (réunions + e-learning) auquel s'ajoute de 0,5 jour à 1 journée par module de spécialisation, sachant que selon le profil (techniciens, télé conseillers, contrôleurs et les agents des services clientèles, réglementation et contentieux…), tous ne devront pas suivre les 4 modules de spécialisation.

Préconisation : Pour les managers qui animeront les réunions en présentiel et de débriefing du module sensibilisation, il s'agira de suivre une formation de 1 journée visant la présentation du dispositif, le suivi du e- learning module éclairage sur la réforme.
Les journées de transfert pour accompagner les managers à l'animation des réunions du module sensibilisation ont été réalisées début avril pour les Carsat et mi-mai pour les CGSS.

6. Echéances

Les premiers kits pédagogiques ont été développés et livrés aux organismes au cours du mois d'avril. Les suivants seront développés et mis à jour au fur et à mesure de la parution des décrets.

7. Déploiement

Les formations en présentiel seront assurées par un réseau de formateurs relais en organismes. Ces formateurs relais pourront être des formateurs et/ou des managers et/ou des référents techniques.